

Warszawa, 8 czerwca 2022

ZAPYTANIE OFERTOWE

ZAMAWIAJĄCY:

Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej

Polskiej ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa

NIP 525-15-57-116 www.srw.org.pl

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Organizacja, realizacja projektu i koordynacja działań z zakresu promocji polskiej wieprzowiny oraz przetworów z mięsa wieprzowego podczas akcji promocyjnej „MIĘSO WIEPRZOWE Z POMORZA NA STARÓWCE GDAŃSKIEJ”. Akcja ma charakter festynu. Założeniem programu jest zwiększenie wiedzy konsumentów o jakości i cechach mięsa wieprzowego oraz jego przetworów a tym samym zmiana stereotypów dotyczących mięsa wieprzowego.

Proponowany plan akcji promocyjnej:

Dwudniowa akcja w okresie 12-14 sierpnia 2022 Gdańsk, Starówka, na terenie Jarmarku Dominikańskiego 2022

Neptunalia – tematyczna muzyka na żywo

Gala u Neptuna – część oficjalna z udziałem Władz Miasta, Stowarzyszenia, Ministerstwa, zaproszonych gości.

Scena u Neptuna, występy artystyczne, animacje, konkursy prowadzone przez konferansjera

Wieprzowa strefa kulinarna – świnia z rożna i inne potrawy, degustacje

II. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2015 r., poz. 2122, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2016 r. poz. 380, ze zm.), w szczególności art. 70¹ – 70⁵,
- rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji

produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2017 r., poz. 1351), zwanym dalej „rozporządzeniem”,

- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 7/2017/W Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 1.09.2017 r.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zamówienie obejmuje realizację wskazanych poniżej działań, w następujących proporcjach :

1. Przygotowanie oprawy wizualnej, projekty wydawnictw (w tym logo imprezy, lay-out) – do kwoty 4 200,00 zł
2. Zaproszenia – do kwoty 300,00 zł
3. Ulotki – do kwoty 1 000,00 zł
4. Gadżety reklamowe – do kwoty 7 200,00 zł
5. Wynajem terenu wraz z zabezpieczeniem, ochroną, infrastrukturą i wyposażeniem, urządzeniami sanitarnymi – do kwoty 10 000,00 zł
6. Koncepcja imprezy, scenariusz i reżyseria – do kwoty 8 435,33 zł
7. Scenografia i rekwizyty (balony, costplay świnki, fotobudka) – do kwoty 7 000 zł
8. Obsługa techniczna imprezy (pracownicy techniczni, montażyści, nadzór) – do kwoty 1 800 zł
9. Wykonawcy (artyści) – do kwoty 10 000 zł
10. Konferansjer – do kwoty 4 000 zł
11. Punkt konsultacyjny – do kwoty 3 000 zł
12. Strefa kulinarna (w tym świnia z rożna i inne)– do kwoty 103 000,00 zł
13. Ubezpieczenie i prowizja za jego zdobycie – do kwoty 1 000 zł
14. Nadzór i koordynacja działań - do kwoty 10 000 zł
15. Monitoring i ewaluacja – do kwoty 8 500 zł
16. Fotoreportaż – do kwoty 2 100 zł
17. Wynajem zabudowy i wyposażenie techniczne i gastronomiczne – do kwoty 5 400 zł
18. Noclegi – do kwoty 2 000 zł

Zamawiający nie przewiduje składania ofert częściowych.

IV. WARUNKI i WYMAGANIA FORMALNE DOTYCZĄCE OFERENTÓW W POSTĘPOWANIU

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów prowadzących na terenie Polski działalność gospodarczą tj. osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, jednostek organizacyjnych nie posiadających osobowości prawnej bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do CEIDG/KRS).
2. Jednocześnie zastrzegamy, że ofert nie mogą składać podmioty, których działalność gospodarcza jest zawieszona, a także te podmioty, które pozostają w upadłości bądź likwidacji.
3. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Oferenci, którzy mogą wykazać się doświadczeniem iż w trakcie 3 lat przed datą złożenia niniejszej oferty, przeprowadzili co najmniej 3 działania promujące produkty rolno-spożywcze, każde o wartości nie mniejszej niż 90 tys. zł brutto. Każde wykazane działanie wymaga przedstawienia poświadczenia prawidłowego wykonania.
4. Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu na podstawie oświadczeń i dokumentów.
5. Złożona oferta musi uwzględniać wymogi wynikające ze wskazanych w pkt II aktów prawnych oraz zawierać:
 - a) formularz ofertowy wraz z oświadczeniami (załącznik nr 1)
 - b) pisemne potwierdzenie rezerwacji powierzchni pod akcję promocyjną na terenie Jarmarku Dominikańskiego
 - c) szczegółową propozycję zagospodarowania punktów budżetowych (podanych w rozdziale III), obligatoryjnie pkt.1,2,3,4, 6,7, 9,10, 12.
 - d) projekty ulotek, zaproszeń, gadżetów, scenografii, rekwizytów
 - e) koncepcję wizerunkową miejsca akcji promocyjnej, w tym graficzną wizualizację miejsca akcji, z uwzględnieniem lokalizacji poszczególnych punktów, w których będą odbywać się działania oraz koncepcję działań promocyjnych promujących następujące produkty: świnia z różną oraz produkty z mięsa wieprzowego oznaczone znakiem „Produkt Polski”.

- f) Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert.
- g) Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.
- h) Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert
- i) dokumenty potwierdzające posiadane doświadczenie (zgodnie z punktem 2 warunków i wymagań formalnych dotyczących oferentów w postępowaniu) (załącznik nr 2)
- j) Dokument potwierdzający wniesienie wadium

6. Oferty należy składać obligatoryjnie w formie pisemnej w języku polskim.

7. Oferent złoży oświadczenie o braku powiązań osobowych, kapitałowych w stosunku do Zamawiającego.

8. Termin wykonania zamówienia objętego niniejszą umową to 31.08.2022 r.

9. Oferta i załączniki winny być podpisane zgodnie z zasadą reprezentacji wynikającą z dokumentów rejestrowych lub udzielonego pełnomocnictwa.

10. Cena oferty za realizację przedmiotu zamówienia powinna obejmować wszelkie koszty jakie zostaną poniesione przy realizacji zamówienia.

11. Oferta powinna zawierać cenę całkowitą zamówienia brutto wyrażoną w polskich złotych (PLN)(w tym również wynagrodzenie oferenta).

12. Wszelkie koszty związane z przedstawieniem oferty ponosi oferent.

13. Oferta złożona po terminie nie będzie rozpatrywana.

14. Oferent musi posiadać wiedzę i doświadczenie w zakresie przedmiotu zamówienia i dysponować odpowiednim potencjałem technicznym niezbędnym do wykonania zamówienia.

15. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani wariantowych.

16. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania bez podawania przyczyn.

17. Wadium do niniejszego postępowania w kwocie 40 000,00 zł należy wpłacić na konto 02 1540 1157 2001 6612 0421 0001 do dnia 20 czerwca 2022 r., liczy się data zaksięgowania na koncie Zamawiającego. Wadium wpłacone zostanie zwrócone na konto Oferenta, którego oferta nie zostanie wybrana, niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania. Oferentowi, którego oferta zostanie przyjęta, wadium zostanie zwrócone na konto w terminie nie przekraczającym 14 dni od zakończenia realizacji niniejszej umowy, chyba że Oferent przedstawi gwarancję zabezpieczającą prawidłowe wykonanie umowy. W tym przypadku wadium zostanie zwrócone na konto tego oferenta niezwłocznie.

V. KRYTERIA WYBORU OFERTY

1. W ramach przedmiotowego postępowania będą brane pod uwagę tylko i wyłącznie oferty spełniające wszystkie wymagania.
2. Maksymalna liczba punktów możliwych do zdobycia – 100
3. Zamawiający za najkorzystniejszą uzna ofertę, która nie podlega odrzuceniu oraz uzyska największą liczbę punktów przyznanych w oparciu o poniższe kryteria:

1) Kryterium 1: cena brutto (Kc) - 25% (punktacja od 0 do 25 pkt.)

2) Kryterium 2: Koncepcja wizerunkowa akcji promocyjnej w tym projekty graficzne (Kz)
– waga 75% (punktacja od 0 do 75 pkt)

1) W kryterium „cena” punkty zostaną obliczone według wzoru:

Najniższa cena brutto spośród wszystkich cen w ofertach nie odrzuconych

$Kc = \frac{\text{Cena brutto badanej oferty}}{\text{Najniższa cena brutto spośród wszystkich cen w ofertach nie odrzuconych}} \times 25$ **X 25 pkt**

Cena brutto badanej oferty

W kryterium „cena” punkty zostaną zaokrąglone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku w ten sposób, że jeżeli trzecia liczba po przecinku:

- jest mniejsza niż 5, liczbę tę pomija się,
- jest równa lub większa niż 5, drugą liczbę po przecinku zaokrągla się o jeden w górę.

2) W kryterium „Koncepcja wizerunkowa akcji promocyjnej w tym projekty graficzne" punkty zostaną przyznane w trakcie indywidualnej oceny oferty przez poszczególnych członków Komisji w następujących podkryteriach:

1.1. funkcjonalność, kompozycja, forma przestrzenna, dotarcie do konsumenta, ekspresywna ekspozycja znaku „Produkt Polski” (1-20 pkt),

1.2. kreatywność, oryginalność, nowoczesność (1-15 pkt),

1.3. lokalizacja na terenie i w czasie Jarmarku Dominikańskiego (1-40 pkt).

W podkryterium „Funkcjonalność, kompozycja, forma przestrzenna, dotarcie do konsumenta, ekspresywna ekspozycja znaku „Produkt Polski" – 2)1.1 Wykonawca może otrzymać od 1 do 20 pkt, które zostaną przyznane w następujący sposób:

1 pkt –nieatrakcyjne i niedopasowane do ilości zwiedzających porcje produktów wieprzowych, nieposiadających znaku „Produkt Polski”, znak „Produkt Polski” niewidoczny. Niespójna, chaotyczna aranżacja zabudowy, nie tworząca przemyślanej całości, utrudniająca dostęp konsumentom do promowanych produktów, odległości między elementami zabudowy niewielkie, nie dające możliwości swobodnego poruszania się, elementy zabudowy nie dostosowane do obecności odwiedzających.

20 pkt –różnorodne, atrakcyjne i dopasowane do ilości zwiedzających porcje produktów wieprzowych, spełniające wytyczne znaku „Produkt Polski”, znak „Produkt Polski” doskonale widoczny. Spójna aranżacja zabudowy - układ elementów tworzy przemyślaną całość, forma przestrzenna w pełni uwzględniająca funkcję; odległości między elementami zabudowy dające możliwość swobodnego poruszania się, dostosowanie elementów zabudowy do obecności odwiedzających. Optymalne rozplanowanie powierzchni pod względem użyteczności, przejrzystości i wygody w użytkowaniu.

Ocenie w ramach ww. podkryterium podlegać będzie propozycja ukształtowania i rozmieszczenia zabudowy w taki sposób, aby tworzyły przemyślaną, spójną kompozycyjnie całość. Zamawiający przy ocenie będzie brał pod uwagę układ miejsca przeprowadzenia działań promocyjnych, który powinien zapewnić możliwość jak najbardziej efektywnej ekspozycji produktów w taki sposób, aby dostęp uczestników działań promocyjnych do promowanych produktów był jak najłatwiejszy.

Im bardziej dokładnie zostaną spełnione ww. oczekiwania Zamawiającego, tym więcej punktów dana oferta uzyska. Gradacja punktów będzie zależała od ilości spełnionych wyżej opisanych cech funkcjonalności stoiska.

Do obliczeń przyjmowana będzie suma punktów przyznana ofercie przez wszystkich członków Zespołu oraz suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Zespołu. Liczba punktów w tym kryterium (K2)1.1. zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_2)_{1.1.} = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród ofert nie odrzuconych}} \times 20$$

W podkryterium „Kreatywność, oryginalność, nowoczesność” – 2)1.2. Wykonawca może otrzymać od 1 do 15 pkt w następujący sposób:

1 pkt - projekt sztamowy, nieciekawym, nienowoczesny, projekt standardowy, z użyciem standardowych technologii, brak nawiązania do cech charakterystycznych dla miejsca akcji promocyjnej.

15 pkt - projekt ciekawy, nieszablonowy, nietuzinkowy, niepowtarzalny, nowoczesna forma zabudowy; niekonwencjonalne nowoczesne rozwiązania; koncepcja zabudowy obejmuje cechy charakterystyczne dla nowoczesnej, otwartej, w pełni eksponującej produkty promowane. Ciekawa forma zabudowy ma zachęcać do odwiedzania i uczestniczeniu w akcji.

Ocenie w ramach ww. podkryterium podlegać będą nietuzinkowość projektu oraz nowoczesne, niekonwencjonalne rozwiązania. Im bardziej dokładnie zostaną spełnione ww. oczekiwania Zamawiającego tym więcej punktów oferta uzyska.

Gradacja punktów będzie zależała od ilości spełnionych wyżej opisanych cech kreatywności, oryginalności, nowoczesności zabudowy.

Do obliczeń przyjmowana będzie suma punktów przyznana ofercie przez wszystkich członków Zespołu oraz suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Zespołu. Liczba punktów w tym kryterium (K2)1.2.) zostanie obliczona na podstawie wzoru:

Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę

$$K_{2)1.2} = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert nie odrzuconych}} \times 15$$

W podkryterium „lokalizacja na terenie i w czasie Jarmarku Dominikańskiego”^{2)1.3} wykonawca może otrzymać od 1 do 40 punktów w następujący sposób:

1 pkt – nieatrakcyjna, rozproszona lokalizacja stoiska podczas Jarmarku Dominikańskiego, tj. w odległości 2 km lub powyżej od jednego z miejsc: Zielonej Bramy, Złotej Bramy, Fontanny Neptuna i Ratusza Głównego Miasta, nie tworząca estetycznej, przemyślanej całości, z trudnościami komunikacyjnymi w dotarciu do miejsca realizacji zadania, znaczna odległość od parkingów i przystanków komunikacji miejskiej.

40 pkt – atrakcyjna lokalizacja stoiska, nierozproszona, tj. na terenie Jarmarku Dominikańskiego, na ulicach w odległości ok. 350 metrów od jednego z miejsc: Zielonej Bramy, Złotej Bramy, Żurawia Gdańskiego, Fontanny Neptuna lub Ratusza Głównego Miasta, spójna do wydarzeń podczas Jarmarku Dominikańskiego, przemyślana, łatwość w dotarciu do miejsca realizacji zadania, bliskość parkingów i przystanków komunikacji miejskiej.

Ocenie w ramach ww. podkryterium podlegać będą atrakcyjność miejsca oraz spójność z wydarzeniami podczas Jarmarku Dominikańskiego. Im bardziej dokładnie zostaną spełnione ww. oczekiwania Zamawiającego tym więcej punktów oferta uzyska.

Gradacja punktów będzie zależała od ilości spełnionych wyżej opisanych cech kreatywności, oryginalności, nowoczesności stoisk.

Do obliczeń przyjmowana będzie suma punktów przyznana ofercie przez wszystkich członków Zespołu oraz suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Zespołu. Liczba punktów w tym kryterium (K2)1.3.) zostanie obliczona na podstawie wzoru:

Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę

$$K_{2)1.3} = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert nie odrzuconych}} \times 40$$

Ocena oferty w kryterium Koncepcja wizerunkowa wystąpienia w tym projekty graficzne (Kz) zostanie obliczona wg wzoru:

$$Kz = K2) 1.1.+K2) 1.2. +K2) 1.3$$

4. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru: **W = Kc+Kz**

VI. MIEJSCE I TERMIN SKŁADNIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć osobiście w siedzibie Zamawiającego w Warszawie przy ul. Miodowej 14, lub przesłać pocztą na adres ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa w terminie **do dnia 20 czerwca 2022 r. do godz. 12.00**. Decyduje data i godzina wpływu oferty do Zamawiającego.

2. Ofertę należy złożyć/przesłać w zamkniętej/zabezpieczonej kopercie z podaniem nazwy i adresu Wykonawcy oraz oznaczeniem: „Oferta na organizację, realizację projektu i koordynację działań z zakresu promocji polskiej wieprzowiny oraz przetworów z mięsa wieprzowego podczas akcji promocyjnej – „MIĘSO WIEPRZOWE Z POMORZA NA STARÓWCE GDAŃSKIEJ”.

3. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonej oferty.

4. Informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty zostanie zamieszczona na stronie Zamawiającego oraz wysłana do Oferentów drogą elektroniczną.

VII.DODATKOWE INFORMACJE

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie bez podawania przyczyn.

2.Oferenci nie będą uprawnieni do występowania z jakimikolwiek roszczeniami pieniężnymi bądź niepieniężnymi wobec Zamawiającego w związku z niniejszym zapytaniem ofertowym, w tym z tytułu poniesionych przez nich kosztów i ewentualnych szkód, w szczególności w przypadku unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie lub wyboru innego Wykonawcy.

3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej wśród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Oferent, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, uchyli się od zawarcia umowy o realizację przedmiotu niniejszego zamówienia.

4. Oferent może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zapytania. Zamawiający udzieli wyjaśnień niezwłocznie, jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania wpłynie w formie pisemnej do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

5. Jeżeli zaoferowana cena będzie wydawała się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budziła wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dotyczących wyliczenia ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny lub kosztu będzie spoczywać na Wykonawcy.

6. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie udzieli wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz ze złożonymi dowodami potwierdzi, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Osobą upoważnioną do kontaktu z Wykonawcami jest;

Anna Pasik, tel.: 507 130 369, e-mail

biuro.srwrp@gmail.com

Załączniki:

Załącznik nr 1 – formularz ofertowy

Załącznik nr 2 - dokumenty potwierdzające posiadane doświadczenie

Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)